

# VJERODOSTOJNOST TISKANIH MEDIJA U SLUČAJU 'SVINJSKA GRIPA'

Jadran Perinić :: Ksenija Žlof :: Slobodan Hadžić

IZLAGANJE SA ZNANSTVENOG SKUPA / UDK: 070.431:35.078.7, 070.431:616.9 / PRIMLJENO: 30.07.2010.

**SAŽETAK** Problem vjerodostojnosti izrazito se ističe u kriznim događajima, koji su sami po sebi prezasićeni nepoznicama, neizvjesnošću i nedoumicama. Krizne situacije uglavnom su iznenadni, kompleksni te katkad kontroverzni događaji u kojima javnost traži više informacija zbog preciznije orijentacije te lakšeg snalaženja u njima. Naime upravo se o takvim pojavnostima ponajmanje zna, malo tko ima iskustva s njima. Jedna je od takvih situacija bila i pojava virusa A (H1N1), početkom 2009. godine, koji je prijetio ugrožavanjem zdravlja u širim razmjerima. Preventivna akcija cijepljenja građanstva završila je neuspjehom. Pretpostavili smo kako je neuspjehu značajno pridonijelo nevjerodostojno informiranje javnosti putem medija. Stoga je cilj ovog rada bio utvrditi razinu vjerodostojnosti informacija u medijskim objavama na temelju kojih se javnost mogla odrediti prema navedenoj kriznoj situaciji. Kvantitativno istraživanje, provedeno na korpusu tiskanih medija s nacionalnom pokrivenošću metodom analize sadržaja, pokazalo je kako se hrvatski tiskani mediji, suprotno očekivanjima, uvelike koriste službenim izvorima informiranja i transparentno navode autorstvo, što ide u prilog višoj razini vjerodostojnosti. No daljnja analiza broja izvora pokazala je kako se novinari najčešće koriste samo jednim imenovanim izvorom ili imenovanog izvora uopće nema, što bitno umanjuje vjerodostojnost medijskih objava.

## KLJUČNE RIJEČI

VJERODOSTOJNOST, KRIZNI DOGAĐAJI, TISKANI MEDIJI, SVINJSKA GRIPA

Bilješka o autorima

**Jadran Perinić** :: Javna vatrogasna postrojba grada Zadra :: [perinicj@gmail.com](mailto:perinicj@gmail.com)

**Ksenija Žlof** :: vanjska suradnica na Visokoj školi za poslovanje i upravljanje Baltazar Adam Krčelić, Zaprešić :: [kszlof@gmail.com](mailto:kszlof@gmail.com)

**Slobodan Hadžić** :: viši savjetnik u tvrtki Presscut d.o.o, Zagreb :: [slobodan.hadzic@presscut.hr](mailto:slobodan.hadzic@presscut.hr)

## UVOD

Početkom 2009. godine svjetski mediji prenosili su vijesti o pandemiji novog virusa A (H1N1), koji je nazvan *svinjskom gripom*. Svjetska zdravstvena organizacija izvještavala je o žarištima, broju oboljelih, broju smrtno stradalih, ali i o načinima zaštite, prije svega na području preventive, a potom i kurative. Uz praćenje broja oboljelih (kliničkih i laboratorijski dokazanih slučajeva) mogle su se u medijima pratiti rasprave o proizvodnji novog cjepiva koje bi zaštitilo stanovništvo, ali i o nagađanjima da je riječ o velikoj zavjeri iza koje stoje moćna farmaceutska industrija i financijske institucije. Globalna javnost suočila se s pojavom otprije poznatog virusa A (H1N1)<sup>1</sup>, koji je odnio mnoge ljudske živote. Navedeni virus u prošlosti je pokazao sklonost izuzetnoj varijabilnosti te podložnost stalnim genetskim promjenama (mutacijama i izmjeni gena među sojevima), što je rezultiralo ne tako davno ptičjom gripom, početkom 2009. godine svinjskom gripom, pa i kozjom gripom koja se pojavila potkraj 2009. godine u Nizozemskoj. Iako neki od tipova nisu osobito opasni za ljude, jer se ne prenose s čovjeka na čovjeka, mnogi virolozi upozoravali su na izvjesnost promjene u genetskom sastavu soja, kojom bi virus postao prenosiv među ljudima, što bi dovelo do pandemije slične onoj koja je u povijesti odnijela mnoge ljudske živote.

Sve navedeno jasno je upućivalo na moguće vrlo ozbiljno stanje što je potaknulo i podizanje razine pripravnosti hrvatskih nadležnih institucija, prije svega zdravstvenih, od kojih su se očekivali i konkretni odgovori u skladu s petim stupnjem pripravnosti<sup>2</sup>, koji je proglasila Svjetska zdravstvena organizacija.

Razina pripravnosti podrazumijevala je, između ostalog, i intenziviranje komunikacijskih aktivnosti prema uputama Nacionalnog plana pripremljenosti za pandemiju gripe<sup>3</sup> na svim razinama, od Vlade Republike Hrvatske pa sve do lokalnih razina. Spomenuti plan bitno je određivao sustav upravljanja događajem te sustav upravljanja informacijama. S komunikološkog stajališta ostaje nejasno zbog čega je izostavljen sustav upravljanja informacijama prema javnosti. Na svim razinama i relacijama ovaj se sustav planirao, ali prema javnostima planirana je samo uspostava sustava upravljanja događajem jednako kao i prema institucijama Europske unije.

U svakoj poslovnoj praksi koja se u literaturi opisuje kao krizni događaj<sup>4</sup>, pa tako i u ovoj situaciji, upravljanje vjerodostojnim informacijama ključni je element, štoviše, temeljna pretpostavka uspješnog djelovanja. Izostanak upravljanja informacijama prema ključnim javnostima, pa tako i prema općoj javnosti, u kriznim situacijama može izazvati

<sup>1</sup> Prvi opasniji 'pohod' virusa A (H1N1) zabilježen je 1918. i 1919. godine (tzv. španjolska gripa), kad je odnio više od 20,000,000 ljudskih života, što je nešto više od broja smrtno stradalih tijekom Prvoga svjetskog rata (prema dostupnim podatcima u borbama je stradalo 9,442,000 vojnika i preko 10 milijuna civila, koji su umrli zbog bolesti i gladi; izvor: Kingston, Džeremi i Lambert, Dejvid (1982) *Velike svjetske katastrofe i krize*. Beograd: Narodna knjiga, str. 137. Sličnih pandemija istog virusa, ali sa značajno manjom smrtnošću, bilo je i 1950. godine te 1977. godine (tzv. ruska gripa, koja je bila identična onoj iz 1950. godine).

<sup>2</sup> Peti stupanj pripravnosti prema Nacionalnom planu pripremljenosti za pandemiju gripe Ministarstva zdravstva i socijalne skrbi Republike Hrvatske ima ove karakteristike: veća grupiranja, ali bez interhumanog prijenosa koji je još lokaliziran, što upućuje na to da se virus bolje adaptirao na ljude, ali bez stjecanja pandemijskog potencijala (visoke kontagioznosti). Dostupno na: [http://www.mzss.hr/hr/ministarstvo/strategije\\_i\\_planovi/nacionalni\\_plan\\_pripremljenosti\\_za\\_pandemiju\\_gripe/nacionalni\\_plan\\_pripremljenosti\\_za\\_pandemiju\\_gripe](http://www.mzss.hr/hr/ministarstvo/strategije_i_planovi/nacionalni_plan_pripremljenosti_za_pandemiju_gripe/nacionalni_plan_pripremljenosti_za_pandemiju_gripe) (10.01.2010.).

<sup>3</sup> Vlada Republike Hrvatske donijela je na sjednici 26. listopada 2005. godine Zaključak o Nacionalnom planu pripremljenosti za pandemiju gripe.

<sup>4</sup> Značenje pojmova 'krizni događaj' i 'krizna situacija' u ovom je radu istovjetno.

nesagledive štetne posljedice. Te štetne posljedice nastaju prije svega zbog nedostatka valjanih i vjerodostojnih informacija koje su pretpostavka uspješne orijentacije građana u javnom prostoru i pomoć u donošenju odluka kako na kolektivnoj tako i na individualnoj razini. Osim toga izostanak komunikativnog djelovanja u kriznim situacijama značajno otvara prostor za različita nagađanja, pa i moguće glasine, što ne pridonosi uspješnom upravljanju kriznim događajem. U konkretnom slučaju, kad govorimo o području Republike Hrvatske, ako se prate reakcije javnosti, kao i službena izvješća Ministarstva zdravstva, čini se da aktivnosti usmjerene na pravodobno preventivno cijepljenje stanovništva nisu uspjele ponajprije zbog izraženog nepovjerenja prema novom cjepivu. Posumnjali smo da je upravo loša obaviještenost građana izazvala nepovjerenje te je tako nastalo javno mnijenje prema kojem je stupanj rizika od cijepljenja novim cjepivom veći od same infekcije virusom gripe. Drugim riječima, izostala je odgovorna i vjerodostojna javna komunikacija koja se u kriznim situacijama uglavnom provodi preko masovnih medija. To je pokazalo i istraživanje (Stempel, 2003: 86) prema kojem upravo u kriznim situacijama javnost, odnosno građani trebaju i traže potrebne informacije više nego obično, i to upravo putem masovnih medija. O tome piše i Blanka Jergović ističući da upravo u takvim situacijama mediji služe kao glavni izvor informiranja javnosti zato što zanemariv broj ljudi ima osobni kontakt putem kojega saznaje informacije, a i u slučajevima kada se informacije dobivaju iz društvene skupine, one opet dolaze iz medija (Jergović, 2003: 989-1002). Tako građani prikupljaju potrebne informacije, ali takve koje nisu slične onima koje dobivaju iz svojega neposrednog okruženja, odnosno „iz izvora koji nisu dostupni interpersonalnim mrežama, gdje slični govore sa sličnima“ (Cutlip, Center i Broom, 2003: 262).

## TEORIJSKI OKVIR MASMEDIJSKE KOMUNIKACIJE KRIZNOG DOGAĐAJA

Krize nastaju zbog različitih razloga. Te je razloge u svojem radu definirao i sistematizirao Timothy Coombs (Coombs, 1999). Iz širokog raspona identificiranih tipova kriza, koje je pronašao u literaturi, izradio je njihovu tipologiju: *prirodne katastrofe* (engl. *natural disasters*) ili krize uzrokovane prirodnim katastrofama – takve se krize često u sadržajima masovnih medija nazivaju 'višom silom' (engl. *acts of God*); *zlonamjerne krize* (engl. *malevolent crises*), odnosno krize izazvane zlom namjerom pojedinaca ili grupa koje koriste ekstremne taktike za izražavanje ljutnje prema organizaciji; *krize izazvane tehničkom greškom* (engl. *technical breakdown crises*); *krize izazvane ljudskim propustom* (engl. *human breakdown crises*); *krize izazvane prijetnjama, tj. izazovima* (engl. *challenges are crises*) u kojima se organizacije suočavaju s nezadovoljnom publikom javnosti; *iznimno štetne krize* (engl. *mega damage crises*) ili krize uzrokovane događajima koji obilježavaju velike i prepoznatljive štete u okruženju; *krize izazvane štetnim, nezakonitim djelovanjem organizacije* (engl. *organizational misdeed crises*), odnosno krize koje se javljaju kao posljedica djelovanja koje organizacija ili njezina uprava poduzima iako zna da će takvo djelovanje biti štetno; *krize izazvane nasiljem na radnom mjestu* (engl. *workplace violence crises*), odnosno krize uzrokovane mobingom, kao rezultat nasilja nad zaposlenikom, sadašnjim ili bivšim; *krize izazvane glasinama* (engl. *rumor crises*), odnosno krize uzrokovane plasiranjem neistinitih informacija o organizaciji, njezinoj djelatnosti i sl. Prijetnja novim virusom opasnim za ljudsko zdravlje upravo je zbog mogućih glasina poprimila razmjere krize u kojoj je dominiralo nepovjerenje građana, što se manifestiralo masovnim odbijanjem cijepljenja.

Iznimno je važno istaknuti kako su krize, pa i ova izazvana virusom svinjske gripe, situacije u kojima su uzroci i posljedice prilično nejasni (Quarantelli, 1988: 373-386). U istaknutim odrednicama kriznog događaja pronalazimo važne elemente koji predstavljaju, s gledišta masovnih medija, dovoljno jake razloge da se teme vezane uz takve događaje pojave kao udarne vijesti, a to su: *neočekivanost*, *nepredvidivost* te *nejasnoća uzroka i posljedica*. Kada događaj obilježavaju upravo ovakve odrednice, tada sve povezano s tim postaje za medije „*sirovina* koja se propušta kroz njihov filter, umnaža i konačno prodaje kao roba“ (Kronja, 2008: 109). Jasno je da je u takvim slučajevima vjerodostojnost informiranja ozbiljno ugrožena, iako bi upravo masovni mediji trebali pomagati ljudima da stvore *vjerodostojnu sliku svijeta*, koja se nalazi izvan njihova dosega i izravnog iskustva. Oni „svojim konzumentima prenose informacije na temelju kojih građani saznaju što se dogodilo i na temelju toga donose ponekad i ključne odluke“ (Malović, 2007: 10). Upravo zbog navedenoga masovni bi mediji trebali omogućiti brzo i potpuno izvještavanje o onome što se događa u našem okruženju kroz fazu prikupljanja, pročišćavanja i tumačenja informacija (Bertrand, 2007: 18-19), ali to bi trebali činiti ažurno, objektivno i kompetentno te na taj način stvarati valjanu podlogu za osiguravanje društvene komunikacije kroz koju će se temeljem javne rasprave rješavati veliki problemi (Lipovčan, 2006: 29-33), što je osobito važno u kriznim situacijama.

Mnogi konzumenti medijskih sadržaja često se pitaju jesu li objavljene činjenice vjerodostojne i kako ih se može interpretirati (zašto se nešto dogodilo, što su uzroci i kakve će biti posljedice). U ovom istraživanju posebno smo razmatrali onu komponentu poruke (vijesti) koja u prvi plan stavlja potrebu za vjerodostojnošću komunikatora (novinara). Da u suvremenoj medijskoj praksi komunikatori nisu uvijek vjerodostojni, potvrđuje Stjepan Malović (2007: 10) koji tvrdi da mediji sve više gube na vjerodostojnosti, što nije samo slučaj u zemljama u tranziciji nego i u razvijenom demokratskom svijetu, na što upućuju i upozorenja koja opetovano već desetak godina iznosi American Society of Newspaper Editors (ASNE).

Problem vjerodostojnosti osobito se ističe u kriznom događaju koji je ionako sam po sebi prezasićen nepoznanicama, neizvjesnošću i brojnim nedoumicama u širem javnom prostoru u vezi s novonastalom situacijom. Ako ovome dodamo kako su medijski članci, posebno naslovi i podnaslovi koje publika zapaža na prvi pogled (i najčešće ostaje samo na njima), sve više obojeni senzacionalizmom i atraktivnošću u funkciji pridobivanja potrošača, odnosno publike, pitanje vjerodostojnosti medijskih objava dodatno se komplicira. Naime iako naslovi predstavljaju „reklamu samog novinarskog teksta, odnosno poziv na čitanje“ (Spahić, 1990: 194), oni često „dodatno sažimaju sadržaj poruke i dodatno udaljavaju nastali novinski oblik od stvarnosti“ (Obradović, 2007: 92).

Daljnjem udaljavanju od stvarnosti ili 'rekonstrukciji' stvarnosti pridonosi metoda citiranja u prilogima čime se novinari služe kako bi osnažili vjerodostojnost svojih podataka te obogatili sadržajne vrijednosti. Iako u profesiji novinarstva postoje jasne upute o načinu citiranja u tekstovima, istraživanjem je utvrđeno kako je citiranje metoda koje je novinarima „strana“ (Malović, 2007: 15). Kad se to i čini, obično se citira jedna osoba, tako da je čitatelj uskraćen za drugo mišljenje, što je jedan od osnovnih novinarskih postulata. Podatci

nedvojbeno govore o nepoštivanju novinarske struke koja nalaže pozivanje na najmanje dva međusobno neovisna imenovana izvora, a ponegdje i na tri, kao što to nalažu pravila medijske kuće Canadian Broadcast Company (javna kanadska radio-televizija). Suprotno tome u praksi hrvatskog novinarstva prevladavaju tekstovi sa samo jednim izvorom, što objavljenu vijest svrstava među pristrane i jednostrane vijesti ili čak među propagandu, odnosno u najmanju ruku među nekritične vijesti (više u: Jergović, 2003; Katančević, 2006; Malović, 2007; Žlof, 2007).

Glasine su također jedan od elemenata koji proizvodi popriličnu smetnju u vjerodostojnom izvještavanju o kriznom događaju. Francuski sociolozi, slično kao i američki, navodi Jean Noël Kapferer,<sup>5</sup> glasine nazivaju „važnim događajem dvojakog karaktera“, odnosno novostima koje se ne mogu provjeriti i koje kolaju u sklopu neke neodređene skupine. U sadržajnom smislu javljaju se kao „rezultat kontinuirane i neprovjerene bujice informacija koja prije svega doprinosi mentalnoj zagađenosti“ (Bard i Söderqvist, 2003: 94) komunikatora. Cutlip, Center i Broom nazivaju ih neformalnim i nekontroliranim medijem koji se disperzira u prostoru od usta do usta. Zbog toga su glasine moćno sredstvo komunikacije koje prenosi informacije mnogo uzbudljivije od običnih činjenica ili istine (Cutlip, Center i Broom, 2003: 297).

„Glasine ne dovode do događaja, događaji stvaraju glasine, a one svojim pretjerivanjem dovode do reakcije.“<sup>6</sup> Glasine trebaju *plodno tlo* koje prepoznavamo u sklonosti društva usmenim predajama, brojnim stereotipima, predrasudama i niskoj razini društvene svijesti. Nastanku glasina potrebno je pogodno *vrijeme*, što podrazumijeva neku nejasnu situaciju, te vijest koja iritira (npr. je li pouzdano cjepivo protiv virusa H1N1?), što će sve zajedno rezultirati nastankom glasine i kod najpoštenijih članova javnosti bez ikakve zle namjere.

## ANALIZA VJERODOSTOJNOSTI ČLANAKA U TISKANIM MEDIJIMA

U ovom radu željeli smo istražiti je li javnost, preko medija masovne komunikacije, bila vjerodostojno informirana o slučaju svinjske gripe, odnosno o novom virusu i načinu zaštite. Mediji su djelovali na dva plana. S jedne strane poslužili su kao komunikacijski kanal između vladinih tijela te institucija i javnosti, a s druge su strane svojim istraživačkim radom prikupljali, obrađivali i diseminirali informacije koje će poslužiti građanima za bolju orijentaciju i snalaženje u novonastaloj situaciji. Drugim riječima, prenosili su upozorenja Ministarstva zdravstva, Službe za epidemiologiju i drugih o stvarnoj i izvjesnoj opasnosti od novog virusa. Upravo stoga postavlja se pitanje: kako je onda moguće da su građani u konačnici masovno bojkotirali potpuno besplatnu nacionalnu akciju cijepljenja i tako se izložili opasnosti obolijevanja od nimalo bezazlenog virusa?<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Iz intervjua s J. N. Kapfererom, profesorom sociologije na Hautes Études commerciales u Parizu. Usp.: [http://www.hnd.hr/novinar/Novinar99\\_06\\_07/14-16vijest.pdf](http://www.hnd.hr/novinar/Novinar99_06_07/14-16vijest.pdf) (07.10.2008.)

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> Prema podatcima Službe za epidemiologiju zaraznih bolesti Republike Hrvatske u razdoblju od početka srpnja 2009. godine, kad je laboratorijski potvrđen prvi slučaj oboljenja od virusa A (H1N1), pa do 24. siječnja 2010. godine ukupno su oboljele 57 124 osobe, od čega je 29 osoba umrlo. Izvor: [http://www.hzjz.hr/epidemiologija/svinjska\\_gripa.htm](http://www.hzjz.hr/epidemiologija/svinjska_gripa.htm) (10.02.2010.)

Odgovornima za takav ishod akcije mogu se činiti mnogi faktori (tijela, institucije i ustanove te njihov način (ne)komuniciranja s različitim javnostima, pogreške u javnom djelovanju, neorganiziranost zdravstvenog sustava itd.), ali bez valjanih pokazatelja i takva bi se mišljenja mogla pridružiti onima koja se svrstavaju pod neargumentirana nagađanja. Naša sumnja, iz koje se iščitava i istraživački problem, prije svega je usmjerena na nekvalitetnu komunikaciju između različitih javnosti koja se u suvremenim društvima uglavnom vodi preko medija masovne komunikacije (i tiskanih i elektroničkih).

Izražena sumnja sadržana je u općoj hipotezi koja glasi:

> Medijske objave ne daju vjerodostojne informacije na temelju kojih bi se javnost mogla jasno i jednoznačno odrediti prema novonastaloj situaciji koju je moguće nazvati kriznom.

S ciljem testiranja i provjere opće hipoteze postavili smo i tri pomoćne hipoteze:

> Medijske objave češće ističu opasnost od cjepiva nego od virusa.

> U sadržajima medijskih objava češće su zastupljena nagađanja, a manje relevantne činjenice, jer se temelje na neimenovanim i nevjerodostojnim izvorima (manje od dva neovisna imenovana izvora).

> Člancima dominiraju senzacionalistički<sup>8</sup> naslovi koji izražavaju negativan stav prema cijepljenju.

Cilj istraživanja usmjeren je na potvrđivanje ili odbacivanje hipoteze na temelju podataka dobivenih iz novinskih članaka odabranih dnevnih tiskanih medija s nacionalnom pokrivenošću.

Istražen je slučaj svinjske gripe. Prema Ratku Zeleniki studija slučaja jest „prva faza u znanstvenoj metodi, jer se samo na temelju promatranja više slučajeva mogu izvući određene zakonitosti“ (Zelenika, 1999: 366). Primijenjena je metoda frekvencijske analize sadržaja, koja je primjerena analizama verbalnih sadržaja u komunikaciji. Metoda se smatra prikladnom zato što se upravo pomoću nje mogu sistematično objasniti fenomeni masovne komunikacije (prema Stojak, 1990: 27). Kriza izazvana pandemijom virusa A (H1N1) svakako pripada okviru fenomenologije krizne masmedijske komunikacije u kojoj valja istražiti kako su komunikatori (mediji, novinari) izabirali i oblikovali te na čemu su temeljili informacije koje su diseminirali u javnom prostoru.

Istraživački korpus predstavljaju članci u odabranim tiskanim medijima s nacionalnom pokrivenošću zato što su upravo oni značajan izvor informacija za građane Republike Hrvatske.<sup>9</sup> Izbor tiskanih medija (prikazan u tablici 1) napravljen je jednim dijelom zbog

<sup>8</sup> Prema Vladimiru Aniću (1998) pridjev *senzacionalistički* odnosi se na izazivanje senzacija i iskrivljavanje činjenica u tu svrhu, a prema Vladimiru Aniću i Ivi Goldsteinu (1999) senzacionalizam je okarakteriziran kao način novinarskog pisanja, pretjerivanja u senzacionalnim činjenicama te inzistiranje na skandaloznom.

<sup>9</sup> Prema dostupnim istraživanjima za prvo tromjesečje 2008. godine dnevne novine svakodnevno čita 72% Hrvata između 15 i 19 godina. Slično istraživanje, obavljeno dvije godine prije, pokazalo je kako dnevne novine svaki dan čita 63% građana Hrvatske, što je bio skok od 46% u odnosu na prethodno razdoblje. Ovi podatci Hrvatsku, u europskim okvirima, svrstavaju u red zemalja s najvećom stopom čitanosti, što dijelom opravdava izbor tiskanih medija u predmetnom istraživanju. Podatci prema: MEDIA Puls, Veliki porast čitanosti tiskovina u Hrvatskoj, <http://www.suvremena.hr/7221.aspx> (17.08.2008.).

njihove, istraživanjem potvrđene (Malović, 2007),<sup>10</sup> velike čitanosti, odnosno zbog velike prodaje na području Republike Hrvatske.

Tablica 1. Izbor tiskanih medija obuhvaćenih istraživanjem

Pokrivenost	Tiskani medij	Članci o svinjskoj gripi prema kriterijima pretraživanja Presscuta
Nacionalna	<i>24 sata</i>	15
	<i>Jutarnji list</i>	40
	<i>Novi list</i>	36
	<i>Slobodna Dalmacija</i>	26
	<i>Večernji list</i>	28
	<i>Vjesnik</i>	20
	<i>Business.hr</i>	2
	<i>Poslovni dnevnik</i>	9
UKUPNO:		176

Istraživački korpus čine svi objavljeni prilozi o svinjskoj gripi (primarni publicitet<sup>11</sup>) u izabranim novinama s nacionalnom pokrivenošću od početka srpnja (od 7. srpnja 2009.), kad su zabilježeni prvi potvrđeni slučajevi oboljenja, do kraja prosinca (do 31. prosinca 2009.). Pretraživanje priloga obavljeno je preko internetskog servisa *Presscut* upisivanjem kriterija pretrage: „svinjska gripa“.

Za jedinicu analize uzete su jednostavne jedinice mjere (engl. *measuring unit*), koje se mogu naći u novinskom članku. Takav pristup zahtijevao je utvrđivanje varijabli i indikatora (tablica 2) kojima su se u postupku analize pridružile numeričke vrijednosti, čime se omogućila interpretacija rezultata analize sadržaja na nivou numeričkog iskaza. Osim toga ovakav pristup analizi sadržaja omogućio je kombinaciju i komparaciju mjernih jedinica (prema Stojak, 1990: 8). Kako bi se postigao veći stupanj vjerodostojnosti generalizacije iskaza, u statističkoj analizi koristio se i neparametrijski test  $X^2$  (Hi kvadrat). Razliku između očekivanih i dobivenih frekvencija smatrali smo statistički značajnom ako je vrijednost „p“ (granična vrijednost) bila  $p < 0,01$ , odnosno  $p < 0,05$ . Na temelju toga zaključivali smo o postojanju statističke značajnosti na razini 1%, odnosno 5%.

Tablica 2. Istraživačke varijable i indikatori

Pomoćna hipoteza	Varijabla	Indikatori
1.	<b>Opasnost</b>	Objave koje ističu opasnost od cjepiva Objave koje ističu opasnost od novog virusa Ostalo

<sup>10</sup> Prema istraživanju Stjepana Malovića novine *24 sata*, *Jutarnji list* i *Večernji list* ističu se svojom čitanošću, tj. prodajom na području Republike Hrvatske.

<sup>11</sup> Primarni publicitet podrazumijeva one objave kojima je glavna tema bila svinjska gripa.

Pomoćna hipoteza	Varijabla	Indikatori
2.	>Pozivanje na izvor	Pozivanje na službene izvore Pozivanje na neslužbene izvore Nije navedeno
	>Transparentnost autorstva	Transparentno autorstvo (ime i prezime autora, inicijal imena i prezime autora, naziv izvještajnih agencija kao izvora) Netransparentno autorstvo (inicijali imena i prezimena autora, „N.N.“, bez potpisa)
	>Broj izvora	Dva i više izvora Jedan ili nijedan izvor
3.	<b>Senzacionalizam</b>	Afirmativan naslov Senzacionalistički naslov (ističe negativnosti) Ostalo

## REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Prvom pomoćnom hipotezom pretpostavili smo kako medijske objave češće ističu opasnost od cjepiva nego od virusa. Mjerenjem frekvencija uočena je značajna prisutnost priloga koji govore o opasnosti od virusa (71,59%), što znači da prva pomoćna hipoteza nije potvrđena.

Tablica 3. Objave koje ističu ili ne ističu opasnost od virusa, odnosno od cjepiva

Tiskani medij	Ističe se opasnost od virusa	Ističe se opasnost od cjepiva	Ostalo	Ukupno	X <sup>2</sup>	*df	*p
1. <i>24 sata</i>	13	1	1	15	19.2	2	0
2. <i>Jutarnji list</i>	32	5	3	40	39.35	2	0
3. <i>Novi list</i>	26	5	5	36	24.5	2	0
4. <i>Slobodna Dalmacija</i>	16	6	4	26	9.538	2	0.008
5. <i>Večernji list</i>	17	6	5	28	9.5	2	0.009
6. <i>Vjesnik</i>	14	2	4	20	12.4	2	0.002
7. <i>Business.hr</i>	0	2	0	2	Svi ističu opasnost od cjepiva		
8. <i>Poslovni dnevnik</i>	8	1	0	9	5.444	1	0.020
%	71.59	15.91	12.50	100			
UKUPNO	126	28	22	176			

\*df - stupnjevi slobode, \*p - statistička značajnost

Ovu konstataciju potvrdio je i X<sup>2</sup>-test prema kojem novine *24 sata*, *Jutarnji list*, *Novi list*, *Večernji list*, *Slobodna Dalmacija* i *Vjesnik* češće govore o opasnosti od virusa nego od cjepiva na razini statističke značajnosti manje od 1% (p<0,01), a *Poslovni dnevnik* na razini



značajnosti manje od 5% ( $p < 0,05$ ). Od svih izabranih tiskanih medija jedino *Business.hr* u svim člancima ističe opasnost od cjepiva. No važno je istaknuti kako je u ovom slučaju ipak riječ o malom broju članaka (samo dva članka), pa je svaka suvisla generalizacija nemoguća. Općenito, *Business.hr* je malo pisao o bilo kakvoj opasnosti povezanoj sa slučajem svinjske gripe.

Vjerodostojnost medijskih objava testirali smo mjerenjem učestalosti pozivanja autora na imenovane izvore (službene i neslužbene)<sup>12</sup>, transparentnošću potpisivanja članaka te brojem izvora koji su korišteni u člancima, što smatramo značajnim elementima vjerodostojnosti.

Frekvencijska analiza pokazala je kako su se autori najčešće pozivali na službene izvore (81,82%, ukupno domaći i inozemni izvori), a rjeđe na neslužbene (17,05%, ukupno domaći i inozemni izvori). Pritom valja naglasiti kako su i u jednom i u drugom slučaju prisutniji domaći izvori. Samo u dva slučaja ne pronalazi se pozivanje na bilo koji izvor (jedan prilog u *Večernjem listu* i jedan u *Vjesniku*).

Tablica 4. Pozivanje na izvore

Tiskani medij	Službeni izvori		Neslužbeni izvori		Nije navedeno	Ukupno	$\chi^2$	*df	*p
	Domaći	Inozemni	Domaći	Inozemni					
1. <i>24 sata</i>	7	0	6	2	0	15	2.8	2	0.247
2. <i>Jutarnji list</i>	31	5	3	1	0	40	59.6	3	0
3. <i>Novi list</i>	29	5	2	0	0	36	36.5	2	0
4. <i>Slobodna Dalmacija</i>	18	2	4	2	0	26	27.538	3	0
5. <i>Večernji list</i>	17	5	2	3	1	28	30.571	4	0
6. <i>Vjesnik</i>	13	4	2	0	1	20	18	3	0
7. <i>Business.hr</i>	2	0	0	0	0	2	Svi domaći službeni		
8. <i>Poslovni dnevnik</i>	1	5	0	3	0	9	2.667	2	0.264
%	67.05	14.77	10.80	6.25	1.14	100			
UKUPNO	118	26	19	11	2	176			

\*df - stupnjevi slobode, \*p - statistička značajnost

Testiranje statističke značajnosti pokazalo je kako se većina tiskanih medija (*Business.hr*, *Jutarnji list*, *Novi list*, *Slobodna Dalmacija*, *Večernji list* i *Vjesnik*) najviše koristi domaćim službenim izvorima, na razini statističke značajnosti manje od 1% ( $p < 0,01$ ). Službenim izvorima koristi se *Poslovni dnevnik*, ali na razini statističke značajnosti veće od 5% ( $p > 0,05$ ), kao i novine *24 sata*, koje se više koriste domaćim izvorima, ali ne postoji statistička značajnost između uporabe službenih i neslužbenih izvora ( $p > 0,05$ ).

Daljnje testiranje vjerodostojnosti provedeno je frekvencijskom analizom autorstva članaka. Članak koji karakterizira netransparentno autorstvo jest članak bez potpisanog

<sup>12</sup> Službene izvore predstavljaju predstavnici kriznog stožera, resornog ministarstva, ustanova koje provode akciju cijepljenja te drugih relevantnih zdravstvenih institucija. Neslužbenim izvorima smatrali smo neovisne medicinske stručnjake te medicinsko osoblje i druge imenovane izvore koji komentiraju ili daju izjave na temu svinjske gripe.

autora, članak koji je potpisan inicijalima imena i prezimena autora, kao i onaj kojemu u potpisu stoji „N.N.“. Članci potpisani imenom i prezimenom ili inicijalom imena i prezimenom autora, kao i oni potpisani nazivom izvještajnih agencija kao izvora,<sup>13</sup> smatrani su transparentnima. Već iz dobivenih frekvencija očito je kako je odnos transparentnih (58,52%) i netransparentnih (41,48%) članaka prilično ujednačen.

Tablica 5. Transparentnost autorstva

Tiskani medij	Transparentno autorstvo	Netransparentno autorstvo	Ukupno	$\chi^2$	*df	*p
1. 24 sata	7	8	15	0.067	1	0.796
2. Jutarnji list	27	13	40	4.9	1	0.027
3. Novi list	22	14	36	1.778	1	0.182
4. Slobodna Dalmacija	16	10	26	1.385	1	0.239
5. Večernji list	14	14	28	0	1	1
6. Vjesnik	11	9	20	0.2	1	0.655
7. Business.hr	2	0	2	Svi transparentni		
8. Poslovni dnevnik	4	5	9	0.111	1	0.739
%	58.52	41.48	100			
UKUPNO	107	73	176			

\*df - stupnjevi slobode, \*p - statistička značajnost

U novinama *Business.hr* u oba članka autori su navedeni punim imenom i prezimenom, što ih čini transparentnim novinama. Ipak, samo dva članka čine premali uzorak da bi se mogli donositi relevantni zaključci. Kao sljedeći transparentni tiskani medij pokazale su se novine *Jutarnji list*, čija je statistička značajnost autorstva izračunata na manje od 5% ( $p < 0,05$ ). U preostalim novinama (*24 sata*, *Novi list*, *Poslovni dnevnik*, *Slobodna Dalmacija*, *Večernji list* i *Vjesnik*) podjednako se pronalaze transparentno i netransparentno potpisani članci (statistička značajnost veća od 5%;  $p > 0,05$ ).

Vjerodostojnost medijskih objava testirana je i prema broju izvora kojima se novinari koriste u medijskom izvještavanju. Vjerodostojnima su smatrane medijske objave u kojima su se koristila najmanje dva neovisna imenovana izvora. Već je iz frekvencijske analize očito kako prevladavaju članci (79,55%) s jednim izvorom i članci bez izvora.

Testiranjem statističke značajnosti dobivenih rezultata za svake pojedine novine potvrđuje se prethodni zaključak. Novine *24 sata* u svim objavljenim člancima koriste se jednim izvorom ili izvora uopće nema, dok se u *Jutarnjem listu* bilježi nešto više članaka s dva i više izvora, ali  $\chi^2$ -test upozorava na statistički značajnu prisutnost članaka s jednim izvorom, kao i onih bez izvora, na razini značajnosti 1% ( $p < 0,01$ ). Identična je situacija i kod *Novog lista*, *Večernjeg lista* te *Vjesnika*. Kada je riječ o novinama *Business.hr* te o *Poslovnom dnevniku*, nije primijećena statistički značajna razlika, odnosno veća je od 5% ( $p > 0,05$ ).

<sup>13</sup> Analizom je utvrđeno osam priloga kojima umjesto potpisa stoji naziv neke od agencija (HINA i sl.). Od tog broja takvih je priloga bilo u *Slobodnoj Dalmaciji* jedan, u *Vjesniku* dva, a u *Novom listu* pet.

Tablica 6. Broj izvora

Tiskani medij	Jedan ili nijedan	Dva i više	Ukupno	$\chi^2$	*df	*p
1. 24 sata	15	0	15	Svi s jednim izvorom		
2. Jutarnji list	31	9	40	12.1	1	0.001
3. Novi list	28	8	36	11.111	1	0.001
4. Slobodna Dalmacija	18	8	26	3.846	1	0.05
5. Večernji list	23	5	28	11.571	1	0.001
6. Vjesnik	18	2	20	12.8	1	0
7. Business.hr	1	1	2	0	1	1
8. Poslovni dnevnik	6	3	9	1	1	0.317
%	79.55	20.45	100			
UKUPNO	140	36	176			

\*df - stupnjevi slobode, \*p - statistička značajnost

Prema izloženim podacima može se reći kako ipak u većem broju slučajeva prevladavaju članci s jednim izvorom i članci bez izvora. Također smo izrazili sumnju kako novine u svojim sadržajima najviše ističu senzacionalističke naslove koji izražavaju negativan stav prema cijepanju. Ovu sumnju dodatno potiče i podatak prema kojemu je čak 53,98% naslova svih članaka označeno senzacionalističkim.

Tablica 7. Usmjerenost naslova

Tiskani medij	Afirmativan naslov	Senzacionalistički naslov	Ostalo	Ukupno	$\chi^2$	*df	*p
1. 24 sata	1	9	5	15	7.85	2	0.02
2. Jutarnji list	5	18	17	40	8.49	2	0.014
3. Novi list	6	24	6	36	18	2	0
4. Slobodna Dalmacija	4	16	6	26	9.538	2	0.008
5. Večernji list	2	9	17	28	12.071	2	0.002
6. Vjesnik	3	8	9	20	3.1	2	0.212
7. Business.hr	0	2	0	2	Svi senzacionalistički		
8. Poslovni dnevnik	0	9	0	9	Svi senzacionalistički		
%	11.93	53.98	34.09	100			
UKUPNO	21	95	60	176			

\*df - stupnjevi slobode, \*p - statistička značajnost

Ovaj zaključak nesumnjivo se odnosi na *Business.hr* i *Poslovni dnevnik* čiji su naslovi u stopostotnom iznosu procijenjeni senzacionalističkim. Na razini manjoj od 1% ( $p < 0,01$ ) senzacionalističkim su procijenjeni i naslovi *Novog lista*, *Večernjeg lista* te *Slobodne Dalmacije*, a na razini 5% ( $p < 0,05$ ) naslovi novina *24 sata* i *Jutarnji list*, koje ujedno imaju i najmanje afirmativnih naslova. Kod *Vjesnika* nije utvrđena statistička značajnost ( $p > 0,05$ ). U tom slučaju najviše je naslova razvrstano pod „ostalo“, nešto je manje senzacionalističkih, a najmanje je afirmativnih<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Afirmativnim naslovima podrazumijevalo se one naslove u kojima se javnost upozoravala na realne i moguće opasnosti od virusa svinjske gripe te one naslove koji su upućivali na primjerenu zaštitu i poželjno ponašanje u prevenciji i liječenju svinjske gripe.

## ZAKLJUČCI

Kvantitativna analiza sadržaja s ciljem testiranja hipoteze prema kojoj većina objava u tiskanim medijima ne donosi vjerodostojne informacije na temelju kojih bi se javnost mogla jasno i jednoznačno odrediti prema novonastaloj situaciji, koju je moguće nazvati kriznom, a povezana je s pandemijom svinjske gripe, pokazala je sljedeće:

Testiranjem varijable 'opasnost' zaključili smo kako su analizirani članci, suprotno našim očekivanjima, najviše bili usmjereni na isticanje opasnosti od virusa, a ne od cjepiva. Iznimka su novine *Business.hr* koje su pisale o opasnosti od cjepiva, ali u malom broju članaka (samo u dva članka), pa nije moguće donositi zaključke koji bi vrijedili općenito.

Kad je riječ o vjerodostojnosti, rezultati pokazuju da u medijskim objavama uglavnom prevladavaju domaći službeni izvori, što procjenjujemo dobrom praksom. Iznimka je dnevni list *24 sata* koji se koristi podjednako domaćim službenim i neslužbenim izvorima te ponešto inozemnim neslužbenim izvorima. Također, iznimka je i *Poslovni dnevnik* koji se više koristi inozemnim službenim izvorima.

Sumnja da su članci netransparentno potpisani pokazala se djelomično neopravdanom. Naime u svim analiziranim tiskanim medijima autori su navedeni podjednako transparentno i netransparentno. Iznimka je *Jutarnji list* u kojem je u značajno većem broju autor naveden punim imenom i prezimenom (transparentno) te *Novi list* u kojem, iako nema statističke značajnosti, postoji tendencija transparentnog navođenja autora.

Kad je pak riječ o broju izvora kojima se novinari koriste pri izvještavanju, hrvatske tiskane medije koje smo ovdje analizirali mogli bismo svrstati među nevjerodostojne. Naime u novinama prevladavaju članci s jednim imenovanim izvorom, odnosno članci bez imenovanog izvora. U tome prednjače novine *24 sata* zato što su svi članci u tim novinama utemeljeni na manje od dva imenovana izvora. Pridružuju se s nešto manjim brojem, ali statistički značajnim, *Jutarnji list*, *Novi list*, *Večernji list*, *Vjesnik* te *Slobodna Dalmacija*.

Prema kvantitativnoj analizi varijable 'senzacionalizam' najviše je bilo senzacionalističkih naslova. U *Večernjem listu*, *Jutarnjem listu* te u *Vjesniku* najviše se naslova moglo svrstati pod 'ostalo'. Najmanje je zabilježeno afirmativnih naslova.

Na temelju iznesenih zaključaka možemo konstatirati kako je polazna hipoteza djelomice potvrđena. Naime rezultati nedvojbeno pokazuju kako su analizirani članci s pravom isticali moguću opasnost od novog virusa, pri čemu su zadovoljili dva važna elementa vjerodostojnosti, korištenje službenim izvorima informacija te transparentnost u navođenju autora, što smanjuje mogućnost manipulacije informacijama nepoznatih i prikrivenih autora. Vjerodostojnosti izvještavanja svakako nisu pridonosili uglavnom senzacionalistički usmjereni naslovi, koji su, doduše, u prvi plan isticali opasnost od virusa, a ne od cjepiva. Kad je riječ o broju izvora, analizirane novine uglavnom su se koristile jednim imenovanim izvorom ili uopće nisu imale imenovani izvor, što smanjuje razinu njihove vjerodostojnosti.

## Literatura

- >Anić, Vladimir (1998) *Rječnik hrvatskog jezika*. Zagreb: Novi liber.
- >Anić, Vladimir i Goldstein, Ivo (1999) *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Novi liber.
- >Bard, Alexander i Söderqvist, Jan (2003) *Netokracija – Nova elita moći i života poslije kapitalizma*. Zagreb: Differo d.o.o.
- >Bertrand, Claude-Jean (2007) *Deontologija medija*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- >Coombs, W. Timothy (1999) *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- >Cutlip, M. Scott, Center, H. Allen i Broom, M. Glen (2003) *Odnosi s javnošću*. Zagreb: Mate d.o.o.
- >Jergović, Blanka (2003) Komunikacijska kultura hrvatskih novinara: Medijska scena 1994., *Društvena istraživanja* 12 (6 (68)): 989-1002.
- >Katančević, Julije (2006) Analiza izvora informacija u lokalnom novinarstvu, str. 142-152, u: Malović, Stjepan (ur.) *Utjecaj globalizacije na novinarstvo*. Zagreb: ICEJ, Sveučilišna knjižara.
- >Kronja Ivan (2008) Čovjek tranzicije u mas-medijском društvu (slučaj Srbija), *Filozofska istraživanja* 28 (1): 97-106.
- >Lipovčan, Srećko (2006) *Mediji – druga zbilja?*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- >Malović, Stjepan (2007) Vjerujemo li novinama?, str. 9-21, u: Malović, Stjepan (ur.) *Vjerodostojnost novina*. Zagreb: ICEJ, Sveučilišna knjižara.
- >Nacionalni plan pripremljenosti za pandemiju gripe (listopad 2005.), [http://www.mzss.hr/hr/ministarstvo/strategije\\_i\\_planovi/nacionalni\\_plan\\_pripremljenosti\\_za\\_pandemiju\\_gripe/nacionalni\\_plan\\_pripremljenosti\\_za\\_pandemiju\\_gripe](http://www.mzss.hr/hr/ministarstvo/strategije_i_planovi/nacionalni_plan_pripremljenosti_za_pandemiju_gripe/nacionalni_plan_pripremljenosti_za_pandemiju_gripe) (16.12.2009.)
- >Obradović, Đorđe (2007) Medijski prikaz zbilje, *Medianali* 1 (2): 87-101.
- >Pravilnik o ustrojstvu i načinu rada kriznog stožera ministarstva zdravstva i socijalne skrbi, *Narodne novine* 121/03, 48/05 i 85/06.
- >Quarantelli, Enrico Luis (1988) Disaster Crisis Management: A Summary of Research Findings, *Journal of Management Studies* 25 (4): 373-365.
- >Spahić, Besim (1990) *Biti propagandista*. Sarajevo: Udruženje ekonomskih propagandista BiH.
- >Stempel, Hermann Guido III (2003) *Media and Politics in America: a Reference Handbook*. Santa Barbara: ABC-CLIO Inc.
- >Stojak, Rudi (1990) *Metoda analize sadržaja*. Sarajevo: Institut za proučavanje nacionalnih odnosa.
- >Zelenika, Ratko (1999) *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Rijeka: Ekonomski fakultet u Rijeci.
- >Žlof, Ksenija (2007) Važnost izvora za vjerodostojnost medija, str. 77-91, u: Malović, Stjepan (ur.) *Vjerodostojnost novina*. Zagreb: ICEJ, Sveučilišna knjižara.

## CREDIBILITY OF THE PRINTED MEDIA: THE SWINE FLU AS A CASE STUDY

Jadran Perinić :: Ksenija Žlof :: Slobodan Hadžić

**ABSTRACT** *The issue of credibility becomes especially pronounced in times of crises, which characteristically abound in the unknown, uncertainty, and doubt. Such crises are mostly sudden, often complex, and sometimes mired in controversial events. The public subsequently craves more information in times of crises, such that they may obtain more precise guidance, and ease their ability to cope. Given the relatively low frequency of crisis situations, most people lack actual experience relevant to a given predicament. The appearance of Virus A (H1N1) at the onset of 2009 is one such case. Despite H1N1's classification as a broad-scale, serious health hazard, preventive vaccinations failed to reach a large segment of the population. We contend that the lack of credibility in informing the public through the media contributed considerably to this failure. Therefore, the aim of this paper is to determine the level of credible information provided by the print media from which the general public could have taken an informed position on the crisis in question. Quantitative research and content analysis ascertained from a body of print media sources with national coverage reveals that the Croatian print media, contrary to our expectations, largely rely on official sources and transparently cite authors, which contributes to a higher degree of credibility. Yet further analysis of the number of sources suggests that most journalists used on average only one or no named sources, which significantly reduces the credibility of the published articles.*

### KEY WORDS

CREDIBILITY, CRISES, PRINTED MEDIA, SWINE FLU

#### Authors Note

**Jadran Perinić** :: Public Fire Brigade, the City of Zadar, Croatia :: perinicj@gmail.com

**Ksenija Žlof** :: associate at the Visoka škola za upravljanje i poslovanje Baltazar Adam Krčelić, Zaprešić, Croatia :: kszlof@gmail.com

**Slobodan Hadžić** :: senior consultant in Presscut, Zagreb, Croatia :: slobodan.hadzic@presscut.hr